

Andrzej Pitrus

Olbrzym wychodzi z cienia: gry wideo jako awangarda współczesnej kultury audiowizualnej

Gry wideo, nazywane też wymiennie grami komputerowymi¹, są dziś zjawiskiem mającym dość długą historię. Za pierwszy wynalazek w tej dziedzinie uważa się skonstruowaną w 1947 roku zabawkę autorstwa Thomasa T. Goldsmitha Jr. nazwaną „Cathode ray tube amusement device”, będącą rodzajem symulatora pozwalającego „strzelać” do świecących punktów symbolizujących wrogie samoloty. Oczywiście ta pierwsza „konsola” nie miała nic wspólnego z techniką komputerową i została zaprojektowana niejako przy okazji innych prac amerykańskiego pioniera telewizji. Jednak już wtedy powstał impuls, który doprowadził do rozwoju jednej z najpotężniejszych gałęzi światowego przemysłu rozrywkowego. Dzisiaj przeżywa on coś w rodzaju kryzysu: problemem staje się nie tylko piractwo, ale także wielość atrakcji, jakie mają do dyspozycji użytkownicy nowych technologii. Do tego stale pojawiają się nowe kanały dystrybucji: w krajach Dalekiego Wschodu trudno dziś znaleźć sklep z klasycznymi nośnikami danych audiowizualnych, czyli płytami CD, DVD i BD, choć na każdym kroku spotykamy się z ofertami sprzedaży sprzętu RTV. Dziś korzysta się z nich w sposób odmienny: nośniki zastępowane są przez *streamingi video*, dostępne poprzez Internet, a także w telewizjach kablowych, oferujących powszechnie jakość *high definition*.

Ten kryzys nie dotyczy jednak dwóch obszarów: reklamy i gier właśnie. To tu ciągle utrzymują się tendencje wzrostowe. Gry w niczym nie przypominają wynalazku Goldsmitha, ani nawet późniejszych realizacji, konstruowanych na podstawie technologii informatycznych. Stają się nie tylko bardziej doskonałe

¹ W tomie tym występują obydwa określenia. Nie narzucałem autorom jednego, zdając sobie sprawę z subtelnych różnic. Określenie „gry wideo” akcentuje ich wizualny charakter, termin „gry komputerowe” wskazuje natomiast na zastosowaną technologię, wykorzystującą oprogramowanie, także wtedy, gdy urządzeniem służącym do uruchomienia nie jest typowy komputer, ale np. konsola, telefon czy tablet.

od strony projektowej i graficznej, ale także coraz droższe w produkcji. Nikogo nie dziwią budżety przekraczające 100 milionów dolarów, czyli porównywalne z drogimi produkcjami filmowymi realizowanymi w Hollywood.

Rynek gier jest jednocześnie bardzo zróżnicowany. Z jednej strony są na nim dostępne wysokobudżetowe produkcje określane mianem Triple A, a z drugiej – miliony aplikacji działających nie tylko w komputerach, ale w różnego rodzaju urządzeniach mobilnych. Najpopularniejszą grą wszech czasów jest nadal *Tetris*, zaprojektowany w ZSRR w roku 1984. Stało się tak przede wszystkim za sprawą urządzeń przenośnych. Słynna układanka dostępna jest chyba w większości telefonów komórkowych.

Znaczenie gier nie ogranicza się oczywiście do aspektu ekonomicznego, choć trudno ignorować ogromny sektor gospodarki dający zatrudnienie wielu ludziom na całym świecie. Są one ponadto elementem współczesnej kultury audiowizualnej, która w wielu swoich wymiarach wykorzystuje „logikę gier wideo”. Chodzi w tym wypadku przede wszystkim o kwestię interaktywności: jest ona podstawową kategorią, bez niej nie możemy mówić o jakiegokolwiek grze. Korzystają z niej nie tylko gracze, ale również wszyscy użytkownicy technologii wykorzystujących interfejs. W istocie współczesne telewizory, sprzęt AGD, a nawet bankomaty są urządzeniami komputerowymi, w których stosuje się rozwiązania obecne w grach wideo.

Mimo ogromnego potencjału gier nadal są one często marginalizowane, traktowane jako „niepoważne”, a nawet szkodliwe. Nie słabnie dyskusja o roli przemocy w grach i potencjalnych zagrożeniach z niej płynących. Z trudem przebija się akademicka refleksja dotycząca gier wideo. Choć na świecie programy z zakresu *game studies* oferowane są przez najbardziej prestiżowe uczelnie, w Polsce o grach naucza się studentów od niedawna, nadal dość nieśmiało wprowadzając treści tego rodzaju do programu studiów medioznawczych. A tymczasem zdecydowanie warto to robić: bo dla tych, którzy zaczynają edukację na poziomie wyższym, przemysł związany z grami będzie bardzo atrakcyjnym miejscem pracy. Już teraz polscy deweloperzy odnoszą sukcesy: zarówno spektakularne, jak w wypadku *Wiedźmina*, który zaistniał także na rynku światowym, jak i w mniejszej skali – w zakresie projektowania na użytek mediów mobilnych.

Należy też pamiętać, że gry wykraczają poza sferę czystej rozrywki. Rozwijają się obszar tak zwanych *serious games*, służących celom edukacyjnym czy nawet terapeutycznym, a także *in-game advertising*, łączący reklamę z grami. Coraz częściej po rozwiązaniu rodem z gier sięgają artyści. Wiedzą o tym doskonale bywalcy najważniejszych imprez poświęconych sztuce nowych mediów.

W 2006 roku na rynek trafiła gra *Shadow of the Colossus* (Cień olbrzyma) zaprojektowana przez japońskie studio Team Ico. Tytuł książki, którą oddajemy do rąk Czytelników, nieprzypadkowo nawiązuje do tego tytułu. Gra autorstwa Fumito Uedy i Kenjiego Kaidō dość powszechnie uważana jest za

jeden z kamieni milowych w historii elektronicznej rozrywki. Dostarczając niezapomnianych wrażeń płynących z rozgrywki, przekracza ona granice „zabawki”, będąc dziełem artystów, zachowującym koncepcyjną i estetyczną spójność.

Gry są dziś w sposób niewątpliwy olbrzymem. Nadal jednak pozostają w cieniu, często opatrywane etykietką „niższej kultury masowej”. Autorzy tekstów zamieszczonych w tym tomie dowodzą, że kolos powinien dumnie stanąć w słońcu i z podniesionym czołem spojrzeć w oczy wątpiącym. Propozycje badaczy – w większości reprezentujących najmłodsze pokolenie badaczy mediów – potwierdzają, że gry są dziś jednym z najważniejszych obszarów kultury audiowizualnej. Mogą i powinny pobudzać do refleksji, gdyż już wkrótce nieznajomość języka, jakim przemawiają do nas gry, stanie się jedną z form analfabetyzmu.